

QR코드를 찍으면  
인터뷰 영상을  
보실 수 있습니다



# 제품에 감성을 더하다

## 감성소재·부품 사업화 지원기술로 삼베 결 도자기 시장 진입 성공

아무리 세상이 빠르게 변화하고 모든 것이 쉽게 바뀐다고 하지만, 우리가 잊지 말아야 할 것이 있다. 바로 우리의 뿌리와 전통이다. 1963년 창립 이래 오늘날까지 역사를 계승하고 전통을 지키고자 노력하는 도자기 전문업체 ㈜광주요. 전 세계 최고의 셰프들이 먼저 찾는 그릇으로도 유명한 광주요가 최근 표면에 삼베 결을 입힌 도자기를 만들어 다시 한 번 주목을 받고 있다. 가장 전통적이고 가장 한국적인 도자기를 만들어 세계 시장에 당당히 출사표를 던지고 있는 광주요. 옛날 그대로의 전통방식을 이어가면서도 기술 개발을 통해 끊임없는 변화를 모색하고 있는 광주요가 생기원과의 만남으로 또 다른 시작을 준비하고 있다.

기술지원기업 ㈜광주요

연구책임자 뿌리산업기술연구소 신기능소재그룹 이효수 그룹장

### 질감이 살아있는 도자기 개발

㈜광주요의 설립은 1963년도로 거슬러 올라간다. 본사가 위치한 이천은 과거 조선 왕실에 진상하는 도자기를 굽던 도요(도기를 굽는 가마)지였다. 한국전쟁 후 흩어져 있던 도공들을 불러모아 관요(관아에서 운영하던 사기 가마 및 도자기)의 유서 깊은 전통과 장인 정신을 이어받고자 광호 조소수 선생이 창립한 것이 바로 광주요다. 1991년 국내 도자기 시장에 본격적으로 진출하며 한국을 대표하는 전통 도자기업체로 자리 잡은 광주요. 그러나 언제까지나 옛 것만을 가지고는 경쟁력을 높일 수 없다고 판단한 광주요 디자인연구소 김대용 소장은 변화가 시급함을 느꼈다. “기존의 매끈한 도자기들은 일반화돼서 경쟁력이 떨어집니다. 새로운 디자인을 고민하던 중 도자기에

‘질감’을 입혀보면 어떨까 생각했습니다. 이왕이면 우리나라 전통의 것이면 더 좋다고 판단했죠. 그래서 고안해낸 것이 바로 ‘삼베의 결’을 도자기 표면에 재현해내는 것이었습니다.”

‘천이라는 따뜻한 소재를 접목시켜 기존 도자기의 차가운 이미지를 탈피했다는 것도 큰 성과였지만 무엇보다 우리 민족의 전통의복인 ‘삼베’를 사용, 전통 도자기와 전통 의복의 만남이라는 점에서도 큰 의의가 있었다. 하지만 새로운 제품을 개발했다고 해서 끝이 아니었다. 과연 이 제품이 시장성이 있는지, 타겟으로 잡은 고객층을 만족시킬 수 있는지, 어느 정도의 질감이 가장 적절할지, 사람들의 반응이 어떨지 가늠할 수 없다는 문제에 직면한 것. 그렇다고 무턱대고 시장에 내놓기에는 리스크가 크기 때문에 더욱 신중할 수밖에 없었다.

“마침 ‘감성소재·부품 사업화 지원사업’을 알게 됐습니다. 이를 통해 제품의 감성화를 위한 요소기술과 감성품질평가를 지원받을 수 있었어요. 생기원 신기능소재그룹 이효수 그룹장님과 인연을 맺게 된 계기가 됐죠.”

### 제품에 감성을 입히다

감성소재·부품이란 인간의 오감을 자극해 사용자에게 감동과 만족감을 제공, 제품 가치를 높이는 소



▲ ㈜광주요 김대용 소장(좌)과 신기능소재그룹 이효수 그룹장(우)